CBON
To create and produce the beauty

2022年３月期
決算説明資料

2022.５.30

（証券コード ： 4926）

株式会社シーボン

連結決算のポイント

2022年3月期連結決算のポイント

不採算店舗統廃合を進めたため前年比売上高微増も
利益率の大幅な改善により各利益において増益

項目	2021年3月期	2022年3月期 計画値 （2月2日開示）	2022年3月期 実績
連結売上高	9,101百万円	9,325百万円	9,153百万円
営業利益	▲903百万円	302百万円	193百万円
経常利益	▲509百万円	405百万円	301百万円
当期純利益	▲621百万円	342百万円	44百万円

▶前年差異要因
コスト構造改革の大幅進捗、雇用調整助成金による収入を営業外収益に計上、固定資産の譲渡等に伴う特別損益を計上したことによるもの

▶計画差異要因
行動制限等の影響により、お客様の来店状況に多くの制限を受け、既存顧客の来店数が減少したことによるもの

2022年3月期連結PL

【2022年3月期の特殊要因】

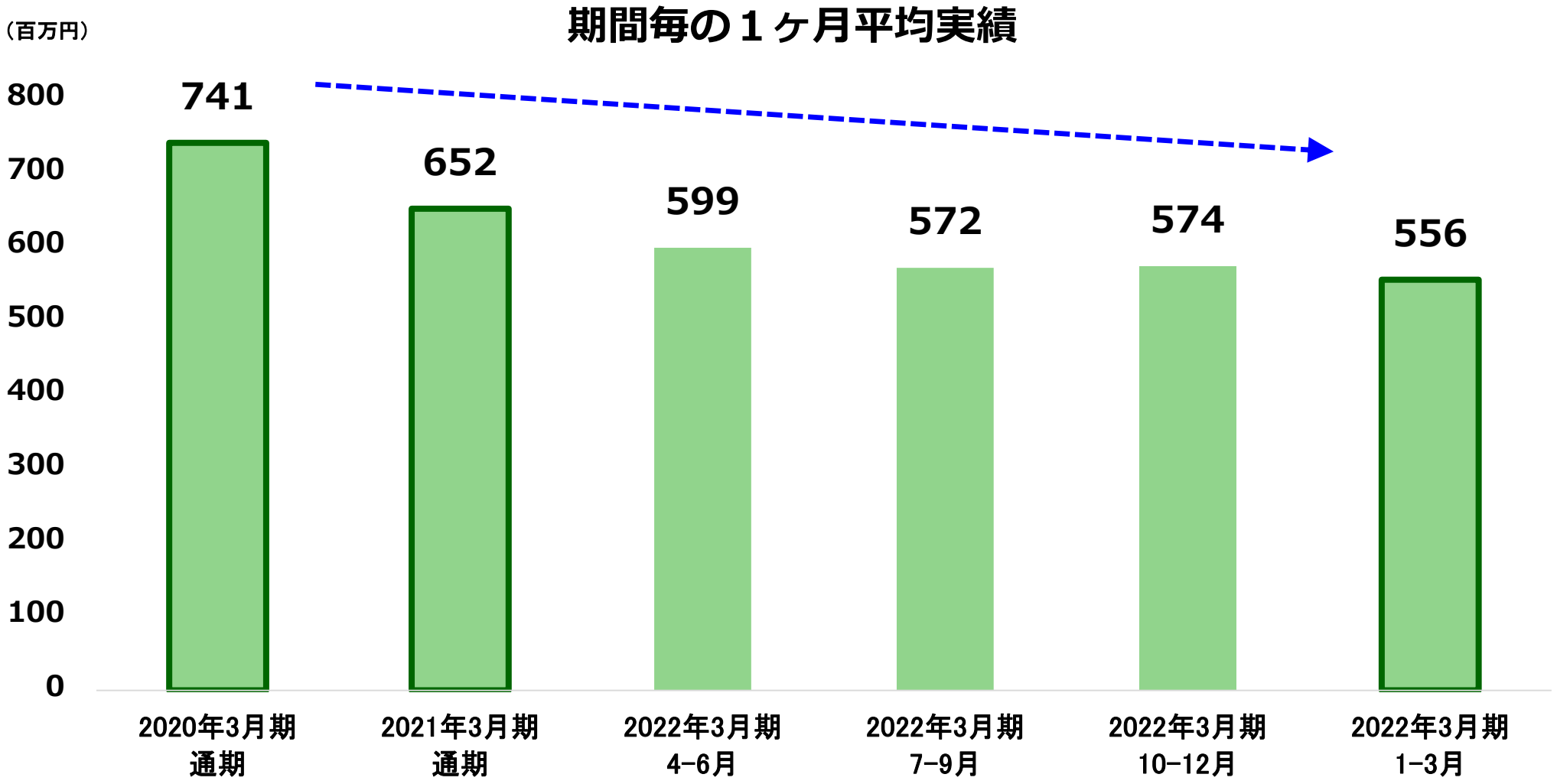
1 特別利益：店舗物件の退店に関わる受取補償金等よるもの

2 特別損失：固定資産の譲渡に伴う減損損失、六本木ビル建替えに伴う退店の支払補償費等によるもの

	（百万円）	2021年3月期	2022年3月期
	連結売上高	9,101	9,153
	売上原価	2,180	2,049
	売上総利益	6,921	7,103
	販管費	7,824	6,910
	営業利益	▲903	193
	営業外収益	399	114
	営業外費用	5	7
	経常利益	▲509	301
1	特別利益	39	258
2	特別損失	99	454
	税金等調整前当期純利益又は純損失	▲569	104
	法人税等合計	52	60
	親会社株主に帰属する当期純利益又は純損失	▲621	44

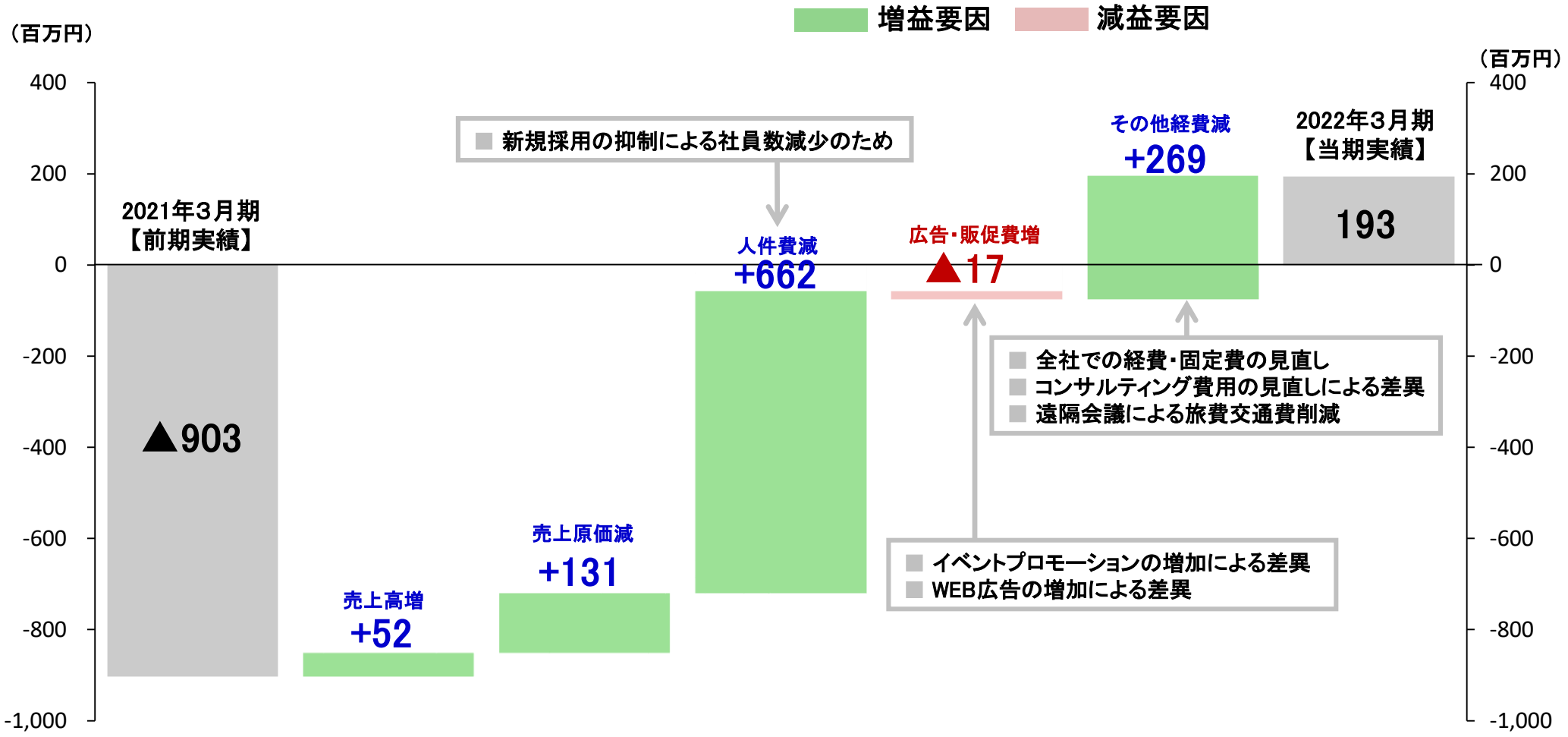
販売費及び一般管理費の推移

不採算店舗の統廃合や縮小移転等による人員の適正配置、集客活動の効率化等のコスト合理化を推進



営業利益差異分析（前期比）

売上高の回復、全社規模の効率化により営業利益黒字着地



貸借対照表

主な増減は当期期首に収益認識に関する会計基準の適用等を行ったため
1 契約負債の増加（前連結会計年度末比1,513,114千円増）
2 利益剰余金の減少（前連結会計年度末比1,362,578千円減）

（百万円）

	単位:百万円	2021年3月期（2021年03月31日）		2022年3月期（2022年03月31日）		増減額	前期末比
		金額	構成比	金額	構成比		
	流動資産	4,401	46.0%	4,852	50.7%	450	110.2%
	固定資産	5,163	54.0%	4,711	49.2%	▲452	91.2%
	資産合計	9,564	100.0%	9,563	100.0%	▲1	100.0%
1	流動負債	1,440	15.1%	2,843	29.7%	1,402	197.3%
	固定負債	527	5.5%	519	5.4%	▲7	98.5%
	負債合計	1,968	20.6%	3,362	35.2%	1,394	170.9%
2	純資産	7,596	79.4%	6,200	64.8%	▲1,395	81.6%
	負債純資産合計	9,564	100.0%	9,563	100.0%	▲1	100.0%

収益認識会計基準の適用の概要

1）～2021年3月

販売

顧客引き渡し時点に取引価格
すべてを収益として認識

2）2021年4月～（収益認識会計基準の適用後）

販売

顧客引き渡し時点に取引価格を
製品とサービス部分に配分し、
製品部分を収益として認識

アフターサービス

アフターサービス終了時に**配分した**
サービス未提供分を収益として認識

取引価格の**前受部分**は
B/Sの**契約負債**に計上

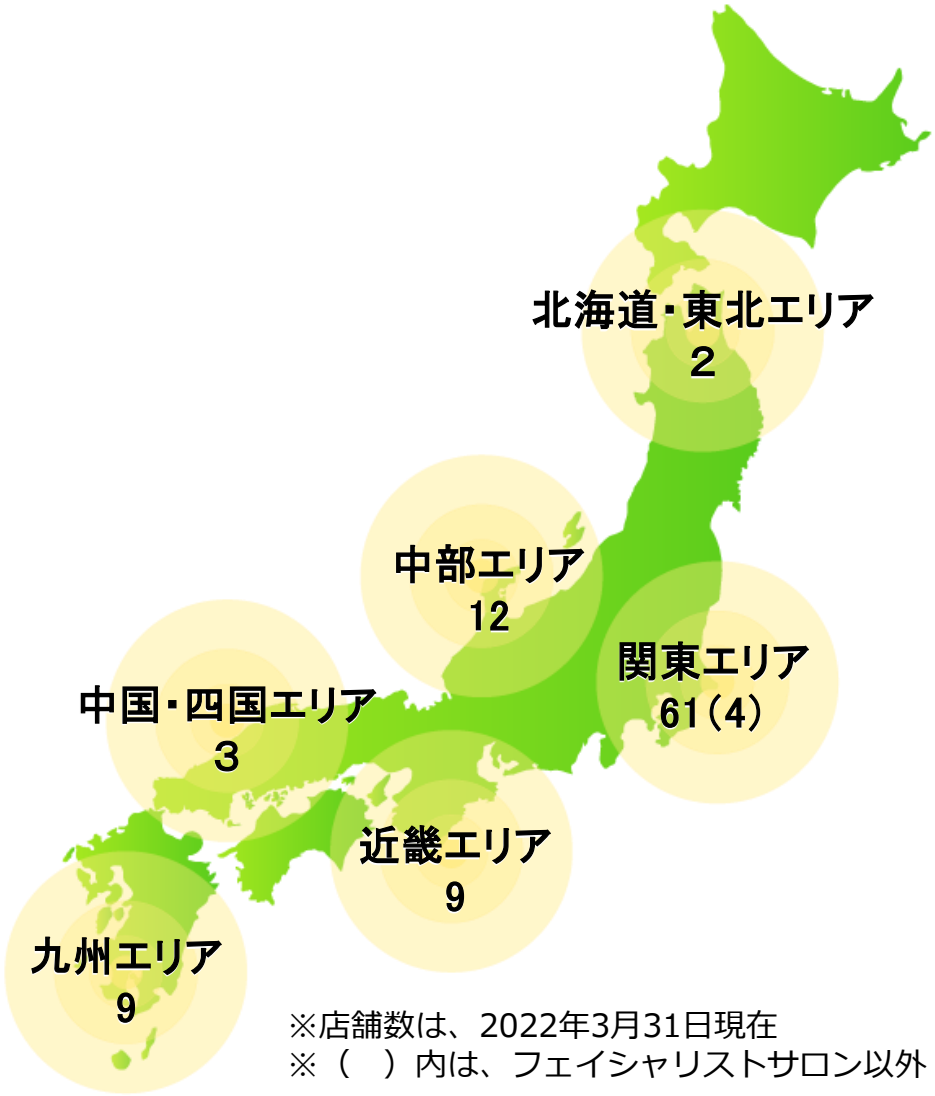
販売チャネル別 売上高

直営店舗	新規来店数は増加傾向にあるものの、売上高微増
通信販売	既存顧客の来店控えの受け皿として堅調に推移
国内代理店	営業活動により販売店舗数が増加し、売上高増加
海外代理店	中国でのテスト販売を実施し、売上高増加
その他（子会社）	営業人員の不足・コロナ影響により売上高減少

単位:百万円	2019年3月期 通期実績	2020年3月期 通期実績	2021年3月期 通期実績	2022年3月期 通期実績	
	金額	金額	金額	金額	構成比
直営店舗	11,988	10,547	8,384	8,413	91.9%
通信販売	219	216	379	391	4.2%
国内代理店	127	121	119	130	1.4%
海外代理店	26	17	19	49	0.5%
その他	179	197	198	168	1.8%
合計	12,541	11,101	9,101	9,135	100.0%

直営店舗の状況

店舗の生産性等を勘案し、移設や統廃合を実施



※店舗数は、2022年3月31日現在
※（　）内は、フェイシャリストサロン以外

＜2022年3月期実績＞

- 移設：8/2　新宿東口店
  3/3　Hair salon neaf六本木店
- 統合：9/30 名古屋栄店
  2/28 銀座三愛店
  2/28 C’BON BeautyOasis銀座店
- 退店：11/30 二子玉川店

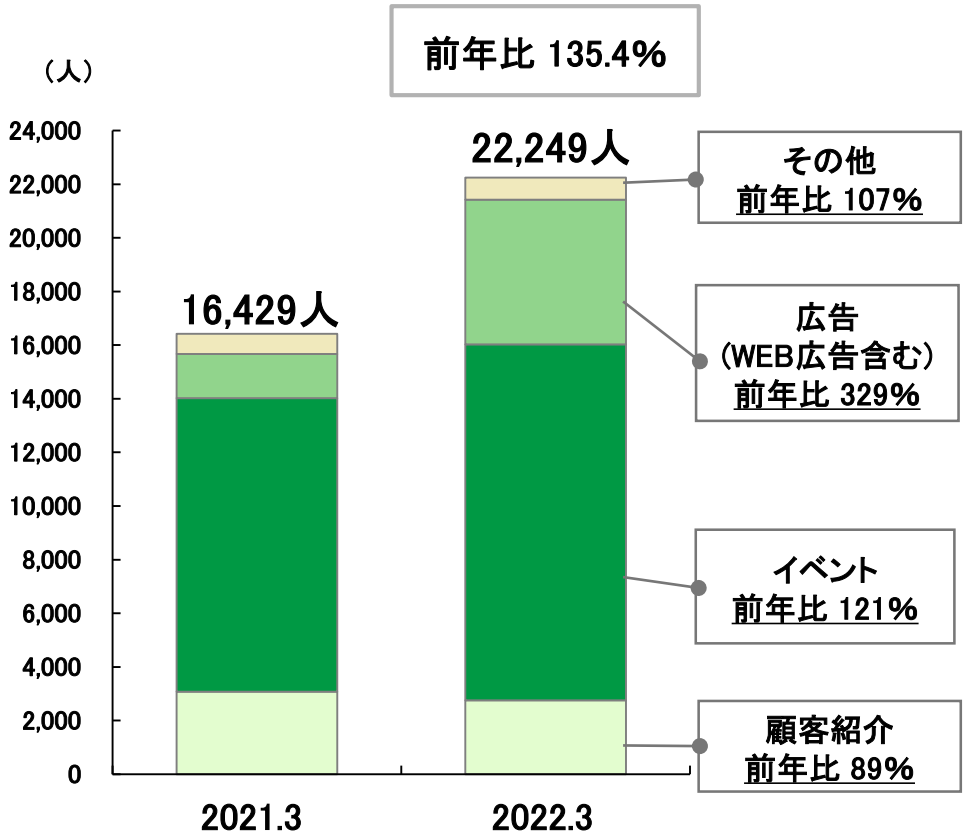
新宿東口店

Hair salon neaf六本木店

新規来店数・既存顧客継続数の状況 - 直営店舗 -

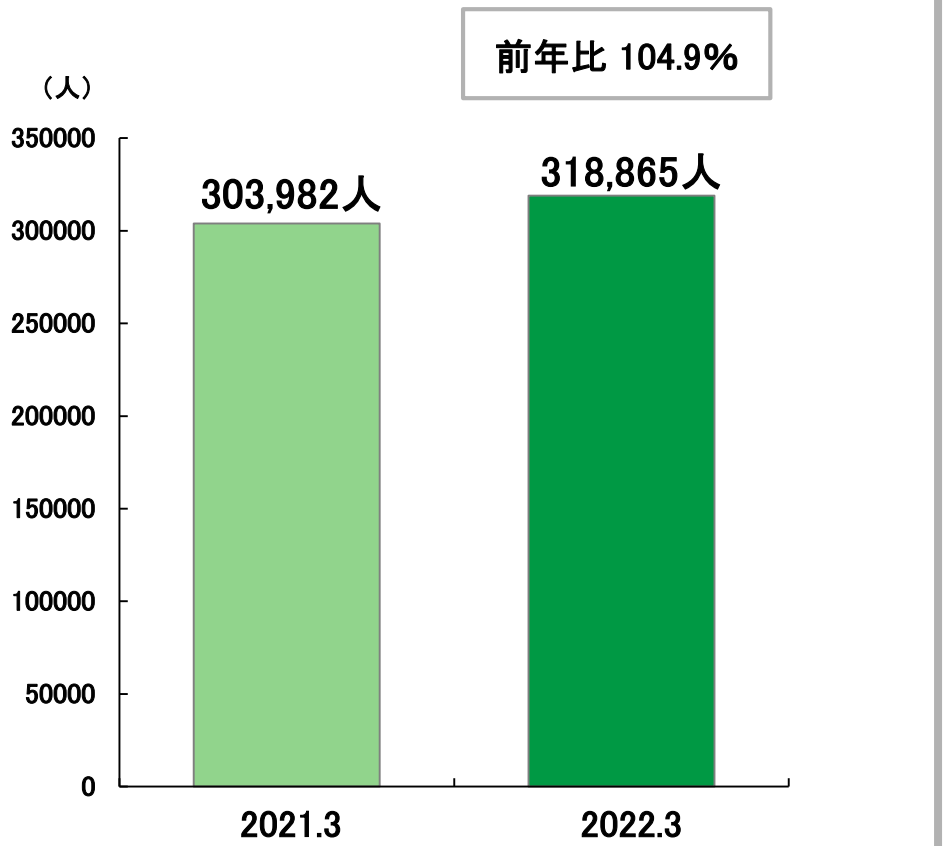
【新規来店数】WEB広告からの新規流入が大幅増加。イベント集客も回復基調。
【継続数】前年を上回るものの微増程度。新規増加に伴う継続数増加を図っていく。

＜ 新規来店者数 ＞



＜ 継続数＞

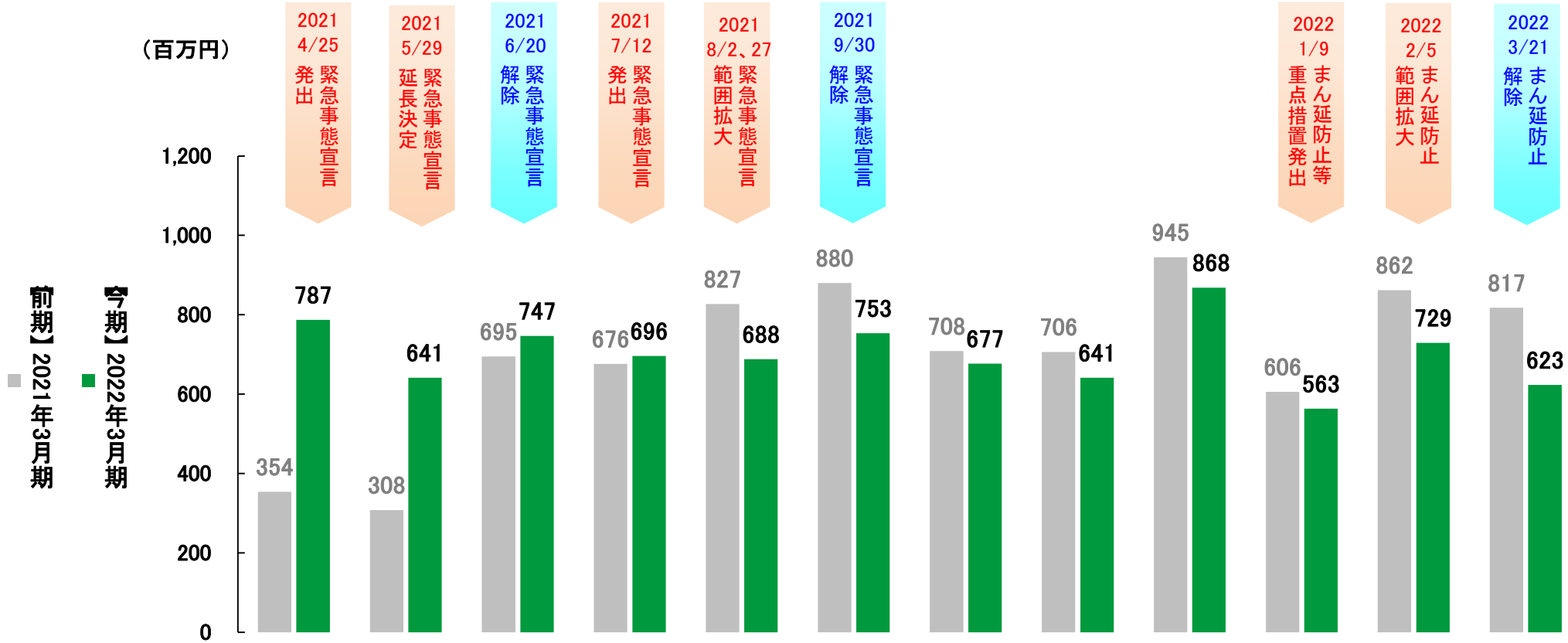
※継続数：1ヶ月に1回以上来店のある「のべ人数」



月次売上高の推移- 直営店舗 -

<2022年3月期>

- **長期間にわたる来店客数への影響はあるものの、売上高は四半期平均では７億円以上で推移**
- **直営店舗の統廃合・縮小移転による売上高減少への影響はあり**



単位:百万円	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
【前期】2021年3月期	353	308	694	676	826	879	708	706	945	606	862	817
【今期】2022年3月期	787	641	747	696	687	753	676	641	868	563	729	623
前期同月比	222.4%	208.2%	107.4%	102.9%	83.2%	85.6%	95.5%	90.8%	91.9%	93.0%	84.6%	76.2%

2022年3月期 トピックス

中期経営計画 重点実行項目 (2021年3月期～2023年3月期)

中期経営計画の２カ年目として重点実行項目を実行
⇒組織基盤を強化し、スピード感と実行力ある事業を推進

事業本部

顧客数拡大とお客様第一のサービス提供

（既存チャネル・新チャネルにおける売上・利益向上）

【強化】 新規顧客拡大 （集客方法/PR）

【拡販】 店舗以外の新規販売チャネル開拓（通販事業）

事業コンセプト

美＋ストレスケア／安心安全の提供

商品開発本部

高機能製品の創出

（お客様に支持される商品開発）

【開発】 高付加価値品の創出

【研究】 エビデンス追求・解明

管理本部

コスト合理化による財務基盤の強化

（適材適所と有効投資の見極め）

【改善】 本社業務効率化、システム合理化

【強化】 全社戦略/数値管理（PPM、KPI）

【組織】 適材適所の組織構築、要員計画

計画達成に向けた主な取り組み

オンライン・オフラインを駆使した新たな顧客との接点拡大

オフライン

サロンにおける「コト」の価値訴求

お客様がサロン来店時に感じる付加価値の訴求

- 感動接客によるお客様との信頼関係構築
- 客観的データによる効果の実感を提供
- サロンにおける空間演出、五感への訴求

イベントプロモーション

- タブレット導入によるお客様との繋がりを強化
- 物販をはじめとしたイベント内容の変化

他企業とのアライアンス強化

相互送客による顧客数拡大

既存のお客様 → 新たなお客様

顧客紹介
既存サロンの仕組み

SNS情報発信

オンライン

オンラインカウンセリングの導入

- ECおよび未来店のお客様との繋がり強化

専用アプリ導入

- 来店予約の利便性向上
- チャット機能を利用した、お客様との繋がり強化

EC強化

- 美容検索、予約サイトの活用
- インフルエンサーマーケティング

Webによる情報発信

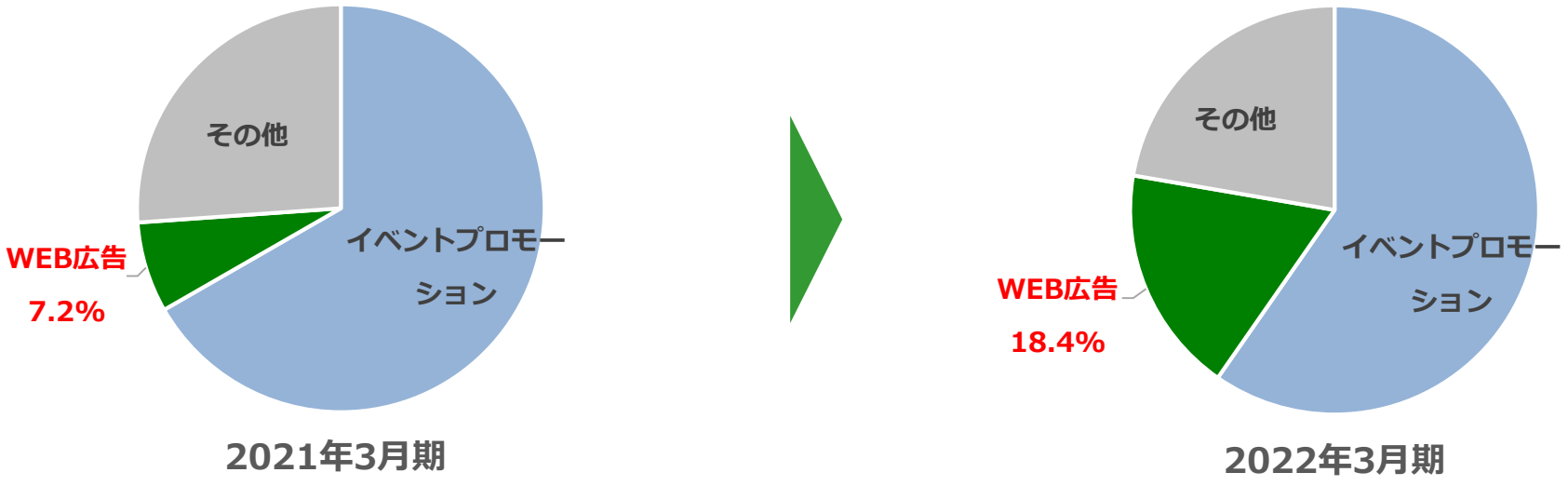
- EC専用ブランドの立ち上げ
- SNSを活用した情報動画の配信

2022年3月期　トピックス

新規流入拡大・入会後のつながり強化の施策を実施

新規流入拡大	新規顧客の流入経路の拡大のためWEBでの集客を推進

- 「ホットペッパービューティー」「FiNC」「MUSEE PLATINUM」等の美容情報サイトへの掲載を強化
- アプリ間での連携や独自のキャンペーン等の施策を行い、美容情報サイトからの新規顧客の流入増加を図る。



2022年3月期　トピックス

新規流入拡大・入会後のつながり強化の施策を実施

オンラインの取り組み	製品レビューコンテンツ「FACIALIST REVIEW」を導入

▶2021年12月1日より、フェイシャリストによる、
レビュー投稿ツールを導入。
製品紹介のレビューコンテンツを通じて、
フェイシャリストが顧客に接客をする
イメージで、コンテンツづくりを行う。

▶現在、本投稿閲覧後のCVR率は、
通常の通信販売利用者の約４倍となっており、
通信販売の単価向上・売上増加の
大きな要因となっている。

2022年3月期　トピックス

直営店舗以外の売上比率増加への取り組み

海外事業	中国販売ネットワークを活用した販売促進活動を実施

▶中国の富裕層向けECプラットフォームにてテスト販売を実施

▶越境ECでのテスト販売を行い、認知拡大し、一般貿易にも積極的に参入

▶海外事業でのパートナー企業の選定を進め、海外事業の大幅な売上高増加を図る

2022年3月期　トピックス

直営店舗以外の売上比率増加への取り組み

国内代理店	47社の販売代理店と新規に契約し、販路拡大が進む

▶イベント出展での積極的な営業活動を実施し、販売代理店舗数が大幅に増加

▶子会社であるジャフマックの発酵飲料などが幅広い販路にて新規契約が進む

2022年3月期　トピックス

直営店舗以外の売上比率増加への取り組み

結婚相談所事業	婚活メイクセミナー等を実施し、着実に入会数を増やす

▶フェイシャルサロンからの誘客が当初想定よりも少なく推移も、
婚活メイクセミナー等の営業活動を実施し、着実に入会数を増やす

▶第1回目メイクセミナーが好評であり、
参加者の入会率が高水準であったため、
第2回弾を6月11日に実施予定

2022年3月期　トピックス

製品・サービスの価値向上のため、研究開発活動を加速

研究開発	外部研究機関との連携を強化し、皮膚科学研究に基づいた独自原料開発やその有効性の解明等の研究開発を加速

主な研究発表

▶UVAがもたらす新たな肌ダメージを解明。
SASP関連因子の分泌によって肌細胞が
老化誘導される可能性を確認。
（2021年６月日本香粧品学会 早稲田大学との共同研究）

▶「美容鍼」と「顔面部の経穴（ツボ）への圧刺激によるフェイシャルケア」
の継続的介入が及ぼす効果の違いを発見
（2021年11月日本未病学会 明治国際医療大学との受託研究）

▶「コリアンダー果実米麹発酵液」の開発と多岐にわたる肌への有効性を確認
（2022年3月日本農芸化学会　株式会社永廣堂本店との共同研究）

2022年3月期　トピックス

六本木本社ビル「シーボンクイーンビル」の建替えを決定

本社移転	六本木本社ビル「シーボンクイーンビル」建替えを決定

▶竣工より49年経過しており、耐震及び老朽化への対応として建替えを決定

▶竣工後は、強い本社組織の構築や、収益性の強化等の観点から、
本社機能を六本木本社ビルへ移転

▶また、六本木本社ビル竣工前ではあるが、
営業活動の強化と本社組織のシームレス化を推進するため、
本社機能を川崎市から港区北青山へ移転

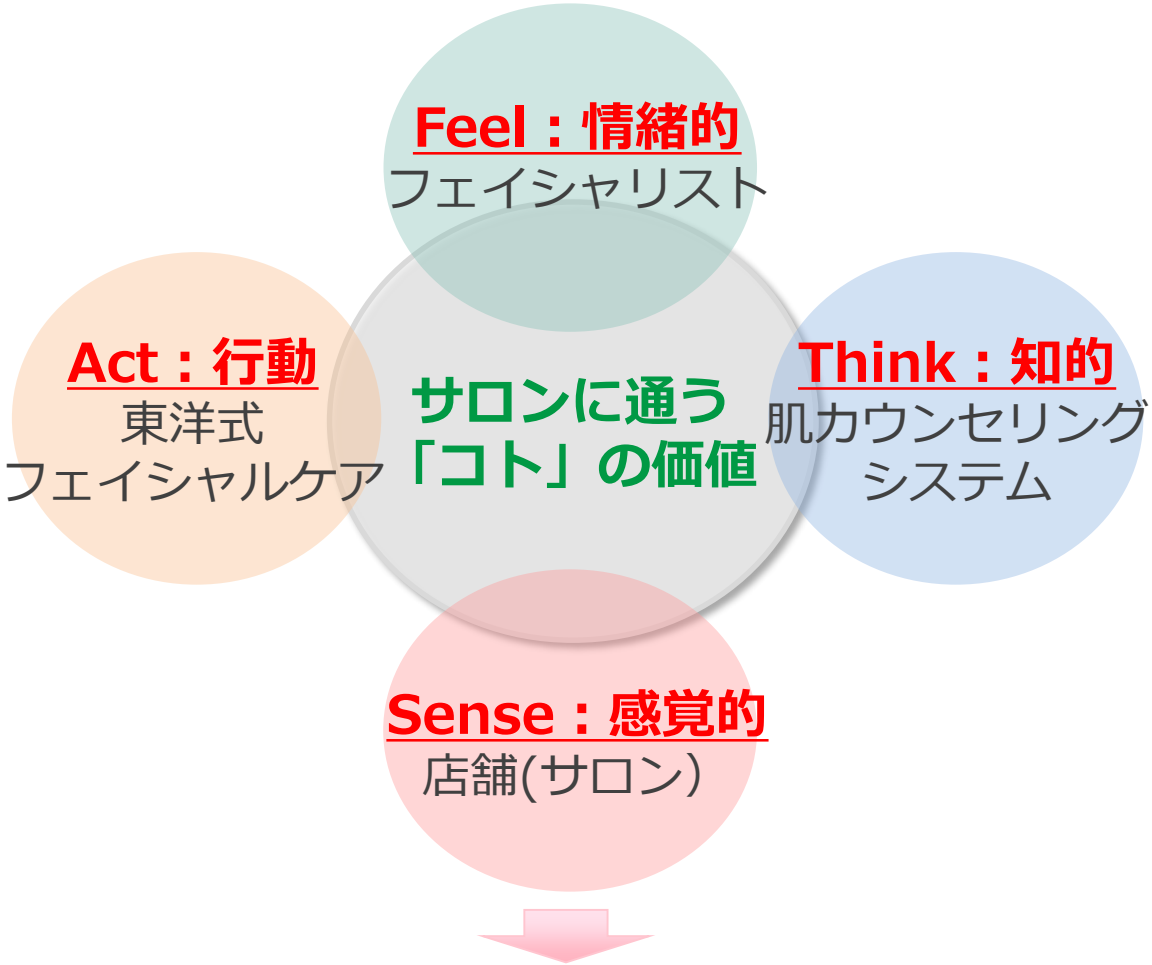
六本木本社ビル竣工後には、当社のフラッグシップ店として、
当社のものづくりに対するフィロソフィーを発信することで、
企業理念である「美を創造し、演出する」を体現し、
シーボン.ブランドの認知度向上、ブランド力強化を図る

2023年3月期 計画

計画達成に向けた主な取り組み

サロンにおける新たな価値の創出

お客様が感じるシーボン.の感情的な付加価値



付加価値を感動体験へとつなげる

①Feel（お客様の内面や感情）
【サロンが必要と感情に訴求】

②Think（お客様の創造性や知的欲求）
【カウンセリングによる知的欲求に訴求】

③Act（お客様の行動やライフスタイル）
【サロンでの体験演出により訴求】

④Sense（お客様の五感を刺激する）
【空間演出・五感への訴求/アプローチ】

計画達成に向けた主な取り組み

新規顧客が理解しやすい制度や、簡易に予約可能なアプリへのアップデートを進める

新規来店者数の増加が事業推進の要

コロナ禍によりイベントでの集客数減少

Web広告を活用した集客の拡大

店舗や通販を問わず、気軽に来店し製品の購入が可能なシームレス化された集客・販売網の確立

- **利便性の高いサロン制度への変更**
- **簡易に予約やポイント確認が可能なアプリへの改修**
- **若年層向け製品の投入**

計画達成に向けた主な取り組み

子会社ジャフマックの中期経営計画の達成に向け、開拓・開発を加速

「発酵」ジャフマックの優位性活用

ー新規開拓＆新製品開発ー

経営方針、経営数値目標を実現するために、
３つの項目を重点課題とする

新規取り扱い店の開拓

①新製品導入による新規販路拡大
②健康･自然食品以外の販路拡大
③WEBでの販売強化・認知度アップ

企業コラボによる開拓

①企業間コラボの推進と新製品開発
②オリジナルの発酵メーカー
としての優位性を生かした展開

新製品の開発強化

①現製品の再活用・再利用
サステナブルな開発
②市場の動向を踏まえての
新製品の開発

2023年3月期　連結業績予想

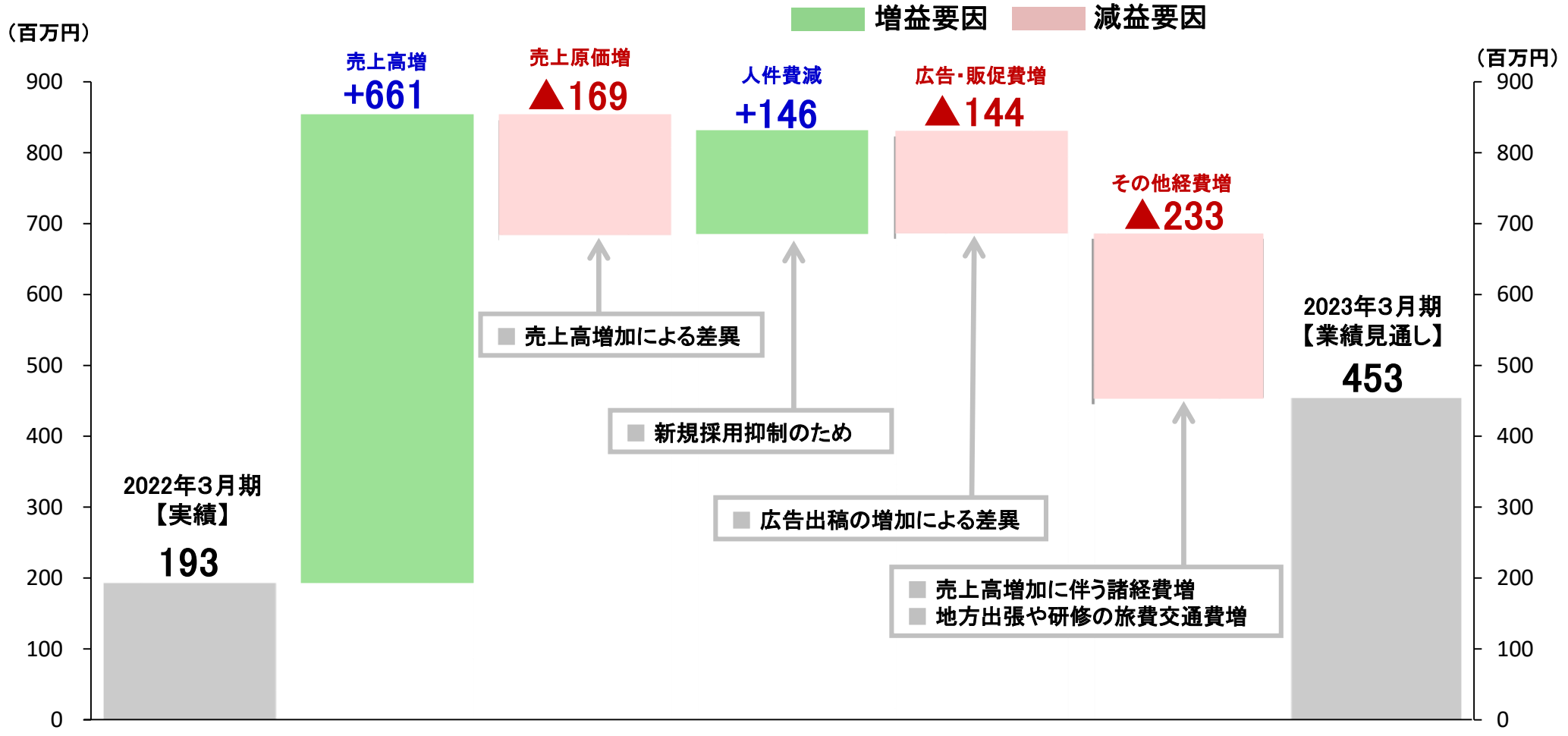
売上高 98億円　営業利益4億5千万円

直営店舗の新規顧客獲得を加速し、売上高増加
通信販売や海外事業への積極的な投資により、直営店舗以外の売上高比率増
純利益については、六本木本社ビル建替えに伴う特別損失による影響を見込む

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益	１株当たり当期純利益
2022年3月期 実績（A）	9,153百万円	193百万円	301百万円	44百万円	10.48円
2023年3月期 業績予想（B）	9,814百万円	453百万円	451百万円	184百万円	43.20円
前年差異（B－A）	660百万円	260百万円	149百万円	140百万円	－
増減率（%）	7.2%	134.3%	49.7%	312.2%	－

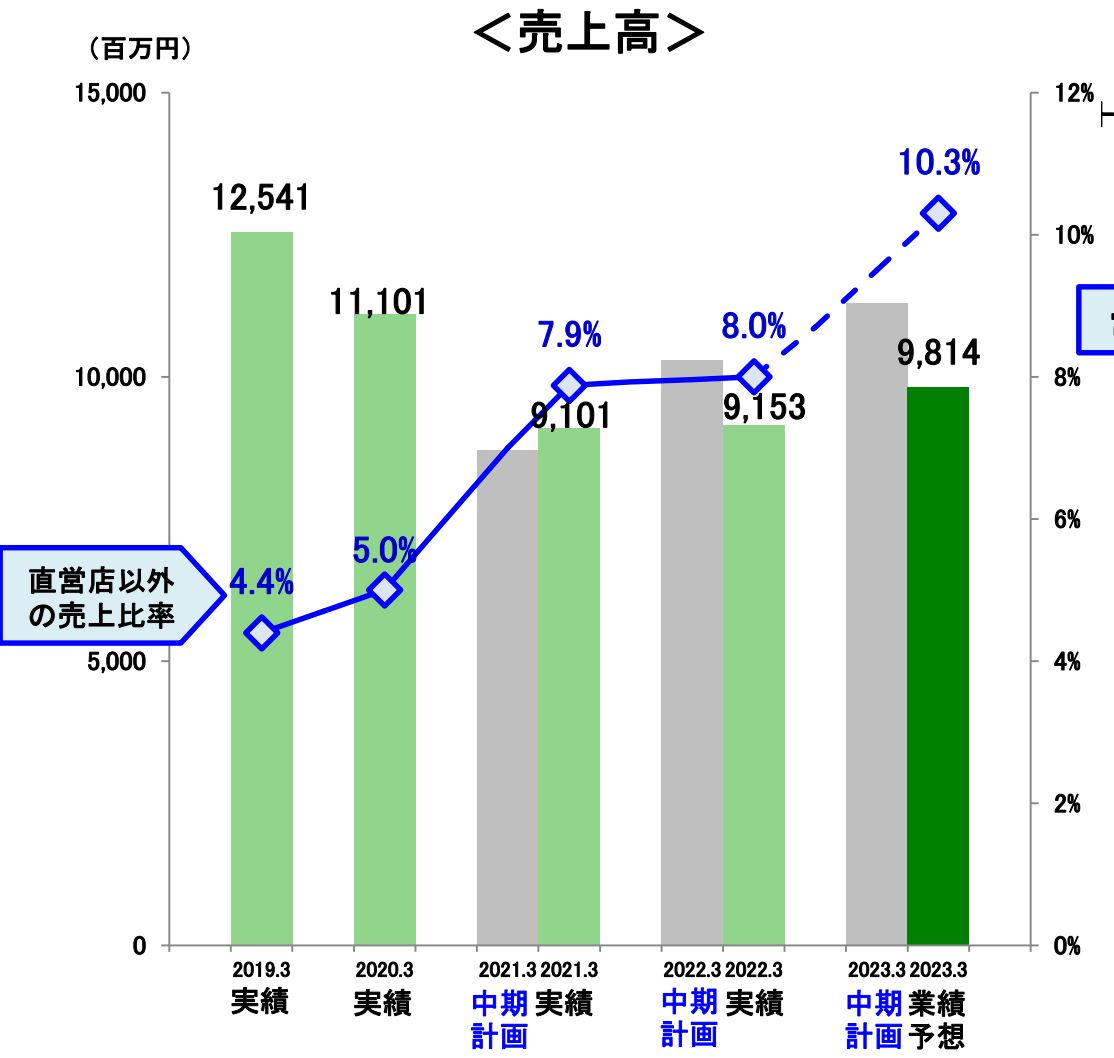
連結業績予想の営業利益差異（前期比）

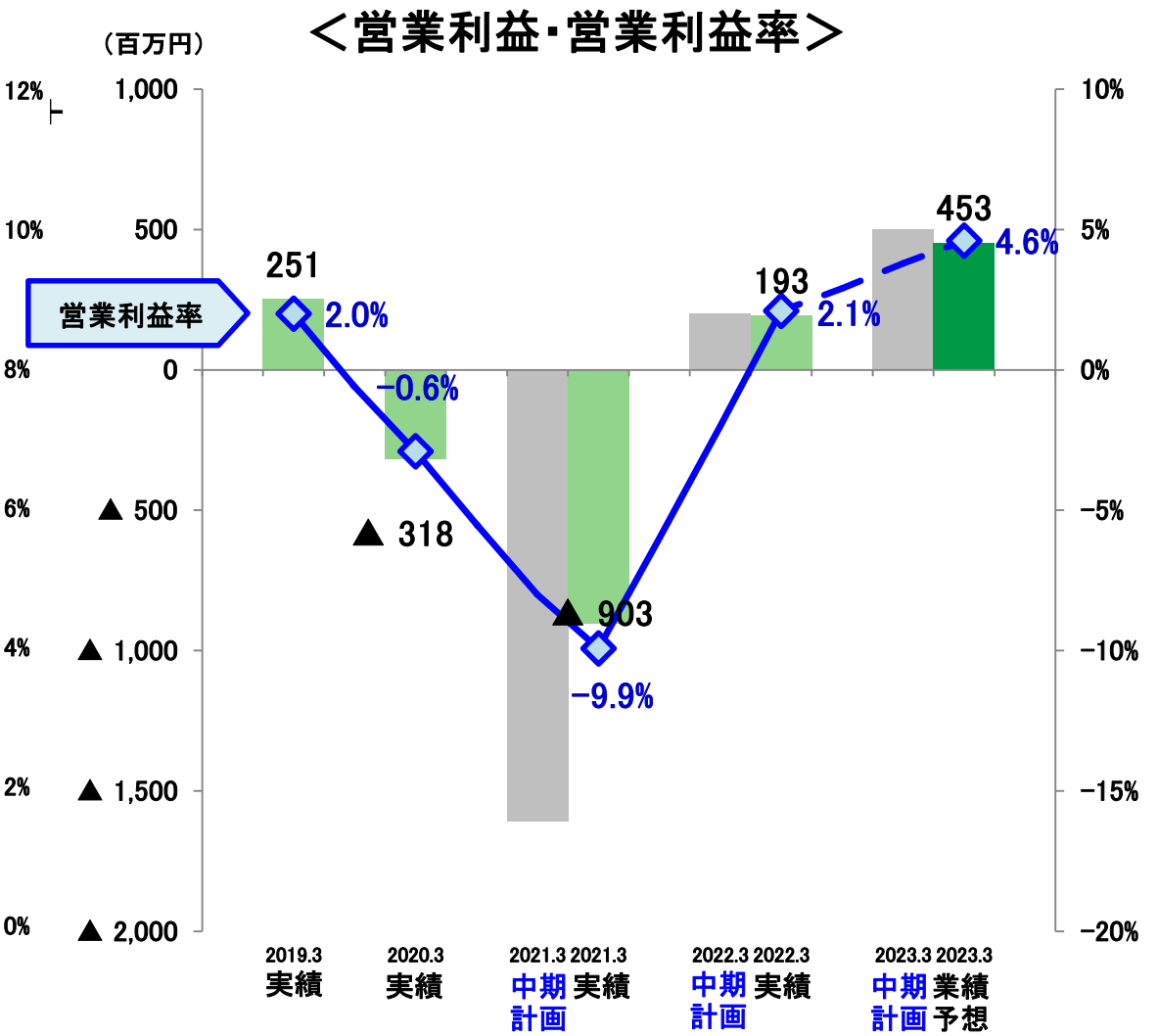
売上高の増加に伴い、売上原価・諸経費が増加も、利益率上昇



連結数値目標

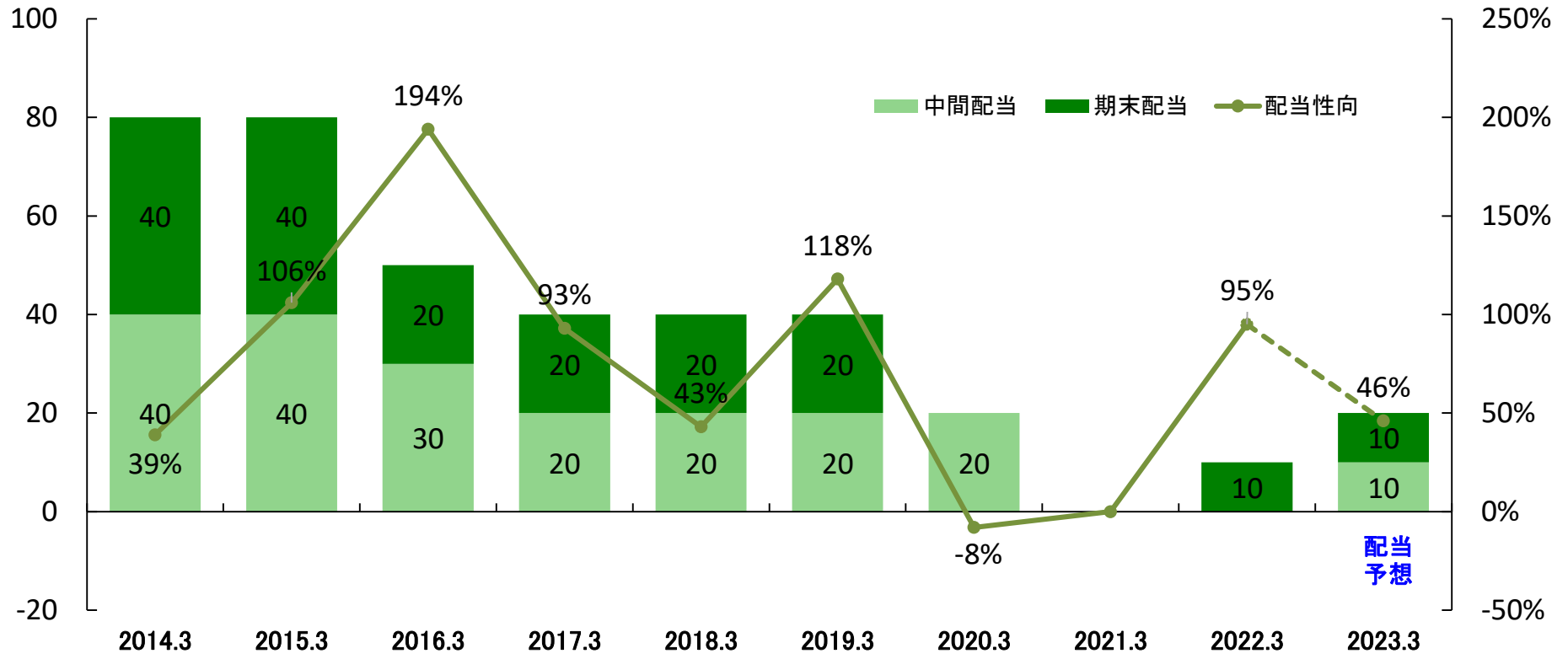
「新規販売チャネルの開拓」と「コストの合理化継続」による業績向上を目指す
⇒2023年3月期： 直営店以外売上比率10%（バランスの良いポートフォリオ構築）





2023年3月期　配当予想について

将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保するとともに、安定的な配当を業績に応じて行う基本方針に基づき
⇒ 1株当たり配当金：中間10円・期末10円の年間20円



2022年3月期　株主優待について

2022年３月31日現在の株主名簿に、記載または記録された当社株式１単元（100株）以上を１年以上保有する株主様を対象

▶ 株主優待の内容

保有株式数	継続保有期間	優待金額
100株～499株	1年以上3年未満	8,000円分
	3年以上	10,000円分
500株以上	1年以上3年未満	20,000円分
	3年以上	25,000円分

※株主様の保有状況は、株主番号で管理しております。1年以上継続保有の対象は、毎年3月31日現在、9月30日現在の株主名簿に同一株主番号で3回以上、3年以上継続保有の対象は、7回以上連続して記載された株主様が対象となります。

▶ ご優待金額に合わせた「お得な優待品セット全29種類」の中から選択

▶ 全29種の一例

5,000円分のセット

8,000円分のセット

10,000円分のセット

20,000円分のセット

25,000円分のセット

本資料お取り扱い上のご注意

- 本資料は、当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

- 本資料を作成するにあたっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。

- 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来の見通しとは大きく異なる結果となることがあることをご承知おきください。

本資料に関するお問合せ
株式会社シーボン
IR担当窓口
Tel：03-6771-7405
Mail：ir@cbon.co.jp